

KOMUNIKACIJSKI DEFICIT EUROPSKE UNIJE: STAVOVI I PRAKSE STUDENATA SVEUČILIŠTA U ZAGREBU I SVEUČILIŠTA U LJUBLJANI

Emanuela Međan *

UDK: 061.1EU:659.4

Primljeno: 2. IX. 2019.

Prihvaćeno: 10. I. 2020.

SAŽETAK

U ovom radu istražuju se prakse mladih, tj. redovitih studenata Sveučilišta u Zagrebu i Sveučilišta u Ljubljani, prilikom informiranja o europskim pitanjima te njihovi stavovi o demokratskom odnosno komunikacijskom deficitu Unije. Točnije, analizirani su njihovi stavovi o izvještavanju medija o europskim pitanjima, načinu komunikacije Unije s građanima te utječe li način komunikacije Unije s građanima na njenu percepciju kao demokratski deficitne organizacije. U *online* anketi sudjelovalo je 202 redovitih studenata (100 sa Sveučilišta u Zagrebu i 102 sa Sveučilišta u Ljubljani). Rezultati istraživanja pokazuju kako se većina ispitanika smatra nedovoljno informiranima o europskim pitanjima. Prilikom informiranja o aktualnim europskim zbivanjima oni najviše koriste društvene mreže i službene mrežne stranice institucija EU-a. Analizom stavova pokazano je kako većina ispitanika nema mišljenje o načinu izvještavanja medija o europskim pitanjima kao i o načinu komunikacije Unije s građanima. No, većina njih smatra kako bi kvalitetnija komunikacija Unije s građanima umanjila privid njenog demokratskog deficita u javnosti.

Ključne riječi: Europska unija, demokratski deficit, komunikacijski deficit, odnosi s javnošću, mediji.

UVOD

Pitanje demokratskog deficita odnosno nedovoljne demokratske legitimnosti europskih političkih institucija i odluka osobito je aktualizirano nakon pada Berlinskog zida i propasti komunističkih režima u srednjoj i istočnoj Europi (Čepo 2011: 58). Kritičari europskih integracija tvrdili su kako je padom komunizma Europska zajednica izgubila smisao te da više nema potrebe za permisivnim konsenzusom na temelju kojeg su građani podržavali europske integracije u svrhu zaštite od komunizma. To

* Emanuela Međan (emanuela.medan@outlook.com) magistra je sociologije. Rad je proizišao iz istoimenog diplomskog rada izrađenog i obranjenog na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu u veljači 2019. godine. Uposlena je u Ministarstvu vanjskih i europskih poslova Republike Hrvatske. Stajališta iznesena u radu osobna su stajališta autorice te ne predstavljaju stajališta institucije u kojoj je zaposlena.

se osobito jasno manifestiralo u odbijanju Ugovora iz Maastrichta na referendumu u Danskoj 1992. godine (Čepo 2011: 58). Slična zbivanja ponovila su se kasnije u Francuskoj, Nizozemskoj i Irskoj. Prema mišljenju nekih autora, dio građana time je pokazao odvojenost od ideje europskog projekta i protivljenje njegovom daljnjem širenju (Spanier 2010: 4).

Cilj istraživanja je utvrditi navike redovitih studenata Sveučilišta u Zagrebu i Sveučilišta u Ljubljani prilikom informiranja o europskim pitanjima. Ovim se radom žele ispitati stavovi studenata o medijskom izvještavanju o europskim temama te o načinu komunikacije Unije s građanima. Odnosno, na koji način komunikacija Unije s građanima o svakodnevnim aktivnostima EU-a utječe na sliku Unije kao demokratski deficitne organizacije. Nadalje, želi se ispitati pati li EU od komunikacijskog deficita. Rezultati istraživanja upućuju na to kako mladi nemaju mišljenje o medijskom izvještavanju o aktualnim europskim pitanjima¹ i načinu komunikacije Europske unije s građanima. Smatraju kako su djelomično informirani o europskim zbivanjima te kako bi dobra komunikacija Europske unije s građanima umanjila njen privid demokratskog deficita. Iz spomenutog se može zaključiti kako, prema mišljenju ispitanika, Europska unija pati od komunikacijskog deficita.

1. DEMOKRATSKI DEFICIT EUROPSKE UNIJE

Termin demokratski deficit prvi je upotrijebio britanski politički analitičar David Marquand krajem 1970-ih, a povezao ga je s jačanjem izvršne nauštrb zakonodavne vlasti u okviru nacionalnih politika kao posljedice europskog integracijskog procesa (Magnet 2007: 70 u: Čepo 2011: 58). Iako su se u međuvremenu dogodile brojne promjene u unutarnjem funkcioniranju Unije i jačanju uloge Europskog parlamenta, rasprave o ovom fenomenu i dalje su aktualne (Grmuša 2016: 115).

David Ward raspravlja o problemu demokratskog deficita Europske unije iz perspektive njezine legitimnosti. Upravljanje na europskoj razini nema razvijenu infrastrukturu koja bi omogućila značajniji *input* vanjskih aktera u procesu donošenja odluka. Budući da je utjecaj Europske unije na svakodnevni život građana sve veći, postavlja se pitanje odgovornosti njezinih institucija spram građana. Naime, *input* bi trebao potaknuti političke odluke u skladu s potrebama biračkog tijela, no on nema značajniji utjecaj na *output* institucija EU-a. Takav proces donošenja odluka potiče demokratski jaz. Institucije koje sudjeluju u donošenju odluka nisu izravno odgovorne građanima, čime se demokratski deficit uočava na dvije razine. Prvo, participacija javnosti u procesu donošenja odluka iznimno je niska. Drugo, države članice obvezane su ugovorima Europske unije zbog čega ne mogu samostalno provoditi vlastite politike (Ward 2001: 77).

Važno je napomenuti kako se Europsku uniju kritizira kao nedemokratsku. Utjecaj njenih institucija je presnažan s obzirom na institucije nacionalne razine te se iste

¹ U ovom radu se europska pitanja i europske teme odnose na rasprave u medijima o zbivanjima na europskoj razini, tj. političkim odlukama, radnjama, inicijativama i sl.

smatraju netransparentne i neučinkovite. S druge strane, građani ostaju pasivni spram izbora za Europski parlament kao demokratskog tijela u klasičnom smislu te riječi kako bi utjecali na rad EU-a. Prema mišljenju Johna McCormicka, jedino je Europski parlament demokratska institucija u klasičnom poimanju reprezentacije građana jer ga izravno biraju europski birači svakih pet godina. Povjerenici Europske komisije i suci Suda Europske unije, s druge strane, imenuju se posredstvom država članica. Iako nije idealna parlamentarna demokracija, Europska unija je legitimna, a njene institucije podložne su sustavu provjera (McCormick 2015: 67–69).

2. KOMUNIKACIJSKI DEFICIT EUROPSKE UNIJE

Prema Berndu Spanieru (2010), komunikacijski deficit EU-a odnosi se na nesposobnost Europske unije pri komuniciranju svojih aktivnosti s građanima. Manjak komunikacije ponajprije se može iščitati iz niske razine znanja građana o Europskoj uniji. Nadalje, javnost je iznimno indiferentna spram ove tematike. Iako Unija ima izniman utjecaj na političke procese diljem Europe i šire, politička debata o zbivanjima unutar EU-a gotovo da ne postoji (Spanier 2010: 5–6). Studije pokazuju kako mediji vrlo rijetko prate događanja iz Bruxellesa. Ukoliko prenose aktualne vijesti i zbivanja, čine to homogeno i uglavnom u negativnom svjetlu (Peter u: Spanier 2010: 6). Eurobarometar iz godine u godinu objavljuje kako se građani osjećaju nedovoljno informiranim o temama EU-a, čime se potvrđuje činjenica kako mediji rijetko prenose vijesti o aktualnim europskim zbivanjima (Spanier 2010: 7).

Primjerice, Ruud Koopmans, Barbara Pfetsch i Claes de Vreese smatraju kako osim nezainteresirane javnosti, komunikacijski deficit EU-a potiče i manjak informacija iz samog izvora. Odnosno, komuniciranje Europske unije o vlastitim aktivnostima loše se provodi. Veća razina legitimacije također se može postići komunikacijom, tj. pravilnim odnosima s javnošću. Eksperti za političku komunikaciju stoga imaju važnu ulogu u pokretanju rasprave o određenoj temi unutar EU-a (Spanier 2010: 8). Europska unija pak fokusira komunikaciju s građanima na organizirane kampanje o određenim aktualnim zbivanjima ili promociju ključnih događanja, poput europskih izbora i sl. (Brüggemann 2009: 277).

3. MEDIJI KAO POSREDNIK

Većina građana ne sudjeluje neposredno u političkim procesima, već se o aktualnim političkim zbivanjima informira putem medija (Maier i Rittberger 2008: 247). Dakle, građani se o europskim zbivanjima informiraju primarno putem medija. Vlastito mišljenje o demokratskom postupanju Unije formiraju kombinirajući informacije koje dobivaju putem masovnih medija te komunikacijom s ljudima iz svoje okoline. Iako su oba navedena načina važna za političko informiranje pojedinca, način na koji se politički stavovi formiraju putem medija, u komunikaciji s drugim ljudima i njihovom kombinacijom slabo je analiziran (Desmet, Spanje i de Vreese 2015: 3175–3179).

3.1. Europska unija u medijima

Leen d'Haenens je u istraživanju o prikazu europskih tema u medijima pokazala kako većina članaka koji se bave EU-om tematiziraju aktualna zbivanja. Akteri analiziranih članaka bili su većinom političari, službeni predstavnici država članica i glasnogovornici Europske komisije i Europskog parlamenta (d'Haenens 2005: 429). Nadalje, reportaže o europskim temama uglavnom se bave državom članicom iz koje novinar dolazi (Conde u: Gleissner i de Vreese 2005: 224). Europska zbivanja su najčešće vidljiva tijekom ključnih događanja kao što su europski izbori i sl. (Gleissner i de Vreese 2005: 236).

Istraživanje Gleissnera i de Vreesea pokazalo je kako većina novinara ima negativno mišljenje o priopćenjima europskih institucija te ih smatra kompliciranima. Prilikom praćenja aktualnih europskih zbivanja tisak omogućuje detaljnije izvještavanje o novostima. No, na lokalnoj razini mali broj izdavača surađuje s odjelima za odnose s javnošću europskih institucija u promoviranju europskih tema i zbivanja (Brüggemann 2009: 277). Televizijske reportaže o zbivanjima u Bruxellesu rjeđe su zbog toga što je održavanje stalnog ureda u Bruxellesu većini televizija preskupo². Većinu novinara pak frustrira to što je šira javnost slabo upoznata s temama koje se odnose na Uniju, a dopisnici televizijskih kuća nisu u mogućnosti prikazati teme u skladu s potrebama javnosti (Gleissner i de Vreese 2005: 228–229).

Generalni pregled medija pokazuje kako je Europska unija slabo vidljiva i uglavnom negativno prikazana u medijima. Meyer to objašnjava manjkom legitimnosti Unije zbog njene nemogućnosti osiguravanja podrške građana, koji su pak nezainteresirani za europske teme. Istovremeno, ograničeno izvještavanje medija o europskim pitanjima potiče nezadovoljstvo građana Europskom unijom (Meyer u: Gleissner i de Vreese 2005: 223).

3.2. Uloga društvenih mreža u izgradnji europskog identiteta

Za razliku od tradicionalnih medija – televizije, radija i tiska, internet omogućuje kreiranje fluidnih identiteta i zaobilazanje komunikacijskih, geografskih i vremenskih barijera, te vrlo brzo prenosi informaciju krajnjem korisniku. Time postaje savršen alat za komuniciranje kompleksne institucionalne strukture poput EU-a u multikulturalnoj, višejezičnoj i gusto naseljenoj Europi (Michailidou 2008: 348). Omogućavanjem veće razine građanske participacije internet je postao alat EU-a u procesu donošenja odluka na europskoj razini (Engström u: Michailidou 2008: 348).

Razvoj europskog građanstva, tj. europskog identiteta, smatra se jednim od načina smanjenja demokratskog deficita EU-a. Europska komisija potiče ideju europskog građanstva na dva načina. Kulturalni model razvoja smatra kako europski identitet potječe iz europskih vrijednosti i njihovog izražavanja u javnim praksama,

² Europska unija je 1995. uspostavila servis Europe by Satellite (EbS) putem kojeg su besplatno dostupni videomaterijali i audiomaterijali aktualnih europskih zbivanja na svim jezicima EU-a.

posebice kroz upravljanje i pravni sistem. Strukturalni model, s druge strane, potiče razvoj europskog identiteta kroz povezanost s drugim Europljanima, čime dolaze do izražaja njihove zajedničke karakteristike (Rumford 2007: 4).

4. KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA EUROPSKE UNIJE

Rasprava o važnosti komuniciranja europskih institucija s građanima aktualna je od Izvješća o Europskoj uniji 1975. godine (tzv. Tindemansovo izvješće) belgijskog političara i zastupnika u Europskom parlamentu Lea Tindemansa. Ekspertne skupine formirane 1993. imale su za cilj predložiti komunikacijske i informacijske strategije EU-a pri čemu europske institucije i države članice moraju uzeti u obzir mišljenja i potrebe građana u procesu donošenja odluka (De Clercq 1993: 2). Važan poticaj razvoju europskog identiteta i ideji europskog državljanstva³ bilo je i prihvaćanje europskih simbola – zastave, himne, slogana itd. (Bee i Bozzini 2010: 6).

Institucionalno komuniciranje Europske unije čini komunikacija europskih institucija s njenim građanima kako bi se posredovale informacije te potaknula njihova politička participacija (Bee 2010: 85). Komunikacijsku politiku oblikuje Europska komisija kroz strategije, bijele knjige i druge dokumente pri čemu se savjetuje sa stručnjacima, znanstvenicima i predstavnicima civilnog društva (Hajdinjak 2014: 34). Europska komisija je aktivan promotor uspostave odnosa između Unije i njezinih građana u svrhu jačanja demokratske legitimnosti Unije (Smith 2007: 227). Rad Europske komisije organiziran je u glavnim upravama, a za objašnjavanje politika EU-a široj javnosti zadužena je Glavna uprava za komunikaciju.⁴

Važeća strategija na području komunikacije EU-a je Strateški plan za razdoblje od 2016. do 2020., čija je krilatica „veliki u velikim stvarima, a u malima mali“. Uz već spomenute elemente europske komunikacijske politike, glasnogovorničku službu i predstavništva, važni su i dijalozi s građanima (Strategic Plan 2016 - 2020: 7). Dijalozi s građanima su javne rasprave o politikama EU-a s europskim povjerenicima i drugim donositeljima odluka, a odvijaju se u obliku pitanja političarima na razini EU-a.⁵ Dijalozi su fokusirani na trenutačne političke prioritete EU-a, tj. njihovu implementaciju i učinak na svakodnevni život građana. Cilj Glavne uprave za komunikacije je proširiti dijalog na cijeli ciklus razvoja politika.

³ Prvi put spomenuto u Ugovoru iz Nice (2001). Državljanstvo EU-a je nadopunjavajući status građana kojeg uživaju svi državljani država članica Europske unije.

⁴ Komunikacija, Europska komisija.

⁵ Dijalozi s građanima, Europska komisija.

5. JAVNO MNIJENJE

Prema izvješću Eurobarometra o korištenju medija u Europskoj uniji, *Media use in the European Union* (2017), 57% ispitanika u EU-u smatra se loše informiranima o europskim pitanjima, dok 42% ispitanika smatra kako su dobro informirani. Također, 65% ispitanika pak smatra kako njihovi sugrađani nisu dobro informirani o europskim zbivanjima. Glavni izvori vijesti o politikama i institucijama Europske unije su televizija i internet, zatim dnevni tisak, radio i razgovor s obitelji, prijateljima ili kolegama. Za informiranje o europskim političkim zbivanjima ispitanici najčešće koriste televiziju, potom internet, radio, tisak i društvene mreže.

Građani EU-a također smatraju kako televizija, tisak, radio, mrežne stranice i društvene mreže u dovoljnoj mjeri i objektivno pokrivaju europska pitanja. Društvene mreže, prema njihovom mišljenju, mogu potaknuti interes pojedinca za europska pitanja (59%), te ih smatraju dobrim mjestom za iskazivanje vlastitog mišljenja. S druge strane, ispitanici smatraju kako informacije dobivene na društvenim mrežama nisu uvijek najtočnije (*Media use in the European Union*, 2017).

6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA – CILJEVI ISTRAŽIVANJA, METODA I UZORAK

Opći cilj ovog istraživanja je ispitati prakse informiranja o europskim pitanjima i stavove o demokratskom deficitu Europske unije redovitih studenata Sveučilišta u Zagrebu i Sveučilišta u Ljubljani. Uz opći cilj postavljeno je i nekoliko specifičnih ciljeva istraživanja: 1) utvrditi putem kojih se izvora studenti informiraju o europskim pitanjima; 2) ispitati zainteresiranost studenata za europska pitanja; 3) utvrditi smatraju li studenti demokratski deficit Europske unije problemom njezine unutarnje strukture ili ovaj problem izvire iz loše komunikacije o europskim aktivnostima s građanima EU-a.

Istraživanje je provedeno u srpnju 2018. godine na Sveučilištu u Zagrebu i Sveučilištu u Ljubljani. Anketni upitnik (uređen na hrvatskom jeziku za studente Sveučilišta u Zagrebu te na engleskom jeziku za studente Sveučilišta u Ljubljani) podijeljen je putem Facebooka u studentskim grupama više fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Sveučilišta u Ljubljani. Ispitanici su ispunjavali anketni upitnik na internetu uz pomoć aplikacije Google Forms, gdje je upitnik i kreiran. U plasiranju upitnika na Sveučilištu u Ljubljani asistirao je Ured za međunarodnu suradnju Fakulteta društvenih znanosti Sveučilišta u Ljubljani. Zaposlenice Ureda distribuirale su poveznicu na pristup anketnom upitniku na Fakultetu društvenih znanosti kao i među kolegama drugih ureda za međunarodnu suradnju ostalih sastavnica Sveučilišta u Ljubljani.

Istraživanje je provedeno na neprobabilističkom prigodnom uzorku koji je kao dio osnovnog skupa u danom trenutku bio dostupan za ispitivanje (Milas 2005: 406). U istraživanju je sudjelovalo 202 redovitih studenata (100 sa Sveučilišta u Zagrebu i 102 sa Sveučilišta u Ljubljani) različitih fakulteta i akademija, te različitih studijskih odjela i godina.

Od ukupnog broja ispitanika 73,3% su studentice, a 26,7% studenti. Srednja dob ispitanika je 23 godine. Varijabla studijskog smjera rekordirana je prema Klasifikaciji znanstvenih i umjetničkih područja i polja Državnog zavoda za statistiku⁶. Većina ispitanika (77,6%) pohađa fakultet društvenog, tj. humanističkog usmjerenja, potom slijede studenti tehničkih fakulteta (7,4%), fakulteta iz područja biomedicine i zdravstva (4,5%), interdisciplinarnih područja (4,5%), fakulteta biotehničkih znanosti (4%) i fakulteta prirodnih znanosti (2%). Većina ispitanika pohađa preddiplomski studij (60,4%), diplomski studij pohađa 31,7%, a poslijediplomski studij 7,9% ispitanika.

7. ANALIZA I INTERPRETACIJA REZULTATA

7.1. Prakse studenata pri informiranju o europskim pitanjima

Gotovo trećina ispitanika (31,68%) smatra kako je djelomično informirana o aktualnim europskim zbivanjima, 30,19% ispitanika nema mišljenje o ovom pitanju, informiranima se smatra 24,25% ispitanika, potpuno neinformiranima 7,92%, dok se 5,96% ispitanika smatra iznimno informiranima (tablica 1). McCormick također ukazuje na problem nedovoljne informiranosti građana Europske unije. Naime, u anketama Eurobarometra, koje su 1990-ih i početkom 2000-ih od ispitanika tražile da ocijene vlastito znanje o funkcioniranju Europske unije, dvije trećine ispitanika smatralo je svoje znanje o Europskoj uniji iznimno lošim (McCormick 2015: 73–74).

Tablica 1. Percepcija osobne informiranosti o europskim pitanjima

	Uopće nisam informiran/informirana	Djelomično sam informiran/informirana	Nemam mišljenje	Informiran/informirana sam	Iznimno sam informiran/informirana	M	s
Percepcija osobne informiranosti o europskim pitanjima	16 (7,92%)	64 (31,68%)	61 (30,19%)	49 (24,25%)	12 (5,96%)	2,9	1,05

Većina studenata u našem istraživanju za informiranje o aktualnim europskim zbivanjima kao prvi izvor koristi društvene mreže (39,1%), televiziju 24,2% ispitanika, tiskane medije 22,8%, mrežne stranice institucija EU-a 10,4%, a radio kao prvi izvor informacija koristi 3,5% ispitanika. Dakle, studenti se općenito okreću od tradicionalnih medija⁷ prema internetu i društvenim mrežama, te istraživanje potvrđuje

⁶ Vidi više u: Klasifikacija znanstvenih i umjetničkih područja i polja (Državni zavod za statistiku).

⁷ Tradicionalni mediji su televizija, tisak i radio (Brakus 2015: 1097).

potencijal društvenih mreža u komunikaciji Unije i građana. Društvene mreže mogu utjecati i na učestalije sudjelovanje pojedinaca u procesu donošenja odluka na europskoj razini (Michailidou 2008: 348).

Ovim se istraživanjem ispitivalo i koliko često ispitanici posjećuju službene izvore informacija Europske unije⁸. Službene izvore informacija nikad ne posjećuje ili vrlo rijetko posjećuje 39,13% ispitanika, 27,22% ispitanika to čini jednom mjesečno ili rjeđe, 14,35% jednom mjesečno, 11,88% jednom tjedno, dok 7,42% ispitanika posjećuje ove izvore više puta tjedno (tablica 2).

Tablica 2. Učestalost posjećivanja službenih izvora Europske unije

	Nikad	Jednom mjesečno ili rjeđe	Jednom mjesečno	Jednom tjedno	Više puta tjedno	M	s
Učestalost posjećivanja službenih izvora EU-a	79 (39,13%)	55 (27,22%)	29 (14,35%)	24 (11,88%)	15 (7,42%)	2,2	1,28

Na pitanje koji službeni izvor Europske unije najčešće koriste odgovorilo je 67,3% ispitanika. Ispitanici koji koriste službene izvore najčešće koriste mrežne stranice institucija EU-a (25,2%), potom profile institucija EU-a na društvenim mrežama (22,8%), priopćenja za tisak (18,3%) i *Službeni list Europske unije* (1%).

7.2. Stavovi studenata

U ovom dijelu rada bit će prikazani stavovi ispitanika o izvještavanju medija o aktualnim europskim temama, načinu komunikacije institucija EU-a s građanima te povezanosti načina komunikacije s demokratskim deficitom Unije.

Izvjestavanje medija o aktualnim europskim zbivanjima. S tvrdnjom „Europska pitanja kvalitetno su zastupljena u medijima.“ u potpunosti se slaže samo jedan ispitanik, 40,09% ispitanika nema mišljenje o ovoj tvrdnji, 35,64% se ne slaže s njom, 17,84% se slaže, a 5,94% ispitanika uopće se ne slaže. O tvrdnji „Izvjestavanje medija o aktualnim europskim zbivanjima iznimno je rijetko.“ 35,15% ispitanika nema mišljenje, 28,22% se ne slaže s njom, 22,77% slaže se, 8,91% uopće se ne slaže, dok se 4,95% ispitanika u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom. O tvrdnji „Prikaz europskih zbivanja u medijima je uglavnom negativan.“ nema mišljenje 50,5% ispitanika, 23,27% ne slaže se, 21,78% ispitanika slaže se s tvrdnjom, 3,47% u potpunosti se slaže, a 0,98% u potpunosti se ne slaže.

⁸ Službeni izvori EU-a: službene mrežne stranice institucija EU-a (Europska komisija, Europski parlament, Vijeće Europske unije, predstavništva Europske komisije i Europskog parlamenta u državama članicama), službeni profili ovih institucija na društvenim mrežama (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram), njihova priopćenja za tisak i *Službeni list Europske unije*.

Tablica 3. Stavovi ispitanika – izvještavanje medija o europskim temama

	Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	M	s
1. Europska pitanja kvalitetno su zastupljena u medijima.	12 (5,94%)	72 (35,64%)	81 (40,09%)	36 (17,84%)	1 (0,49%)	2,7	0,84
2. Izvještavanje medija o aktualnim europskim zbivanjima iznimno je rijetko.	18 (8,91%)	57 (28,22%)	71 (35,15%)	46 (22,77%)	10 (4,95%)	2,9	1,02
3. Prikaz europskih zbivanja u medijima je uglavnom negativan.	2 (0,98%)	47 (23,27%)	102 (50,5%)	44 (21,78%)	7 (3,47%)	3,0	0,79

Komunikacija institucija EU-a s građanima te kako ona utječe na poimanje demokratskog deficita Europske unije. O tvrdnji „Kvalitetne i provjerene informacije o Europskoj uniji lako su dostupne široj javnosti.“ mišljenje nema 35,15% ispitanika, s njom se ne slaže 28,71%, slaže se 27,72%, u potpunosti se slaže 4,95%, dok se 3,47% ispitanika uopće ne slaže s ovom tvrdnjom. O tvrdnji „EU kvalitetno informira javnost o svojim svakodnevnim aktivnostima.“ nema mišljenje 48,52% ispitanika, s njom se ne slaže 26,24% ispitanika, slaže se 15,84%, uopće se ne slaže 4,95%, a 4,45% ispitanika u potpunosti se slaže s ovom tvrdnjom. O tvrdnji „Problem demokratskog deficita ne postoji. Privid demokratskog deficita proizlazi iz nezainteresiranosti građana za europska pitanja.“ nema mišljenje 39,61% ispitanika, 22,77% ispitanika slaže se s tvrdnjom, 22,28% ispitanika se ne slaže, u potpunosti se ne slaže 10,89%, dok se s tvrdnjom u potpunosti slaže 4,45% ispitanika. S tvrdnjom „Pravilna komunikacija EU-a sa širom javnošću može umanjiti privid demokratskog deficita Unije.“ slaže se 42,57% ispitanika, o njoj nema mišljenje 36,63% ispitanika, s njom se u potpunosti slaže 14,85%, ne slaže se 5,46%, a jedan ispitanik (0,49%) uopće se ne slaže s ovom tvrdnjom.

Tablica 4. Analiza stavova – komunikacija europskih institucija s građanima

	Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	M	s
4. Kvalitetne i provjerene informacije o Europskoj uniji lako su dostupne široj javnosti.	7 (3,47%)	58 (28,71%)	71 (35,15%)	56 (27,72%)	10 (4,95%)	3,0	0,95
5. EU kvalitetno informira javnost o svojim svakodnevnim aktivnostima.	10 (4,95%)	53 (26,24%)	98 (48,52%)	32 (15,84%)	9 (4,45%)	2,9	0,88
6. Problem demokratskog deficita ne postoji. Privid demokratskog deficita proizlazi iz nezainteresiranosti građana za europska pitanja.	22 (10,89%)	45 (22,28%)	80 (39,61%)	46 (22,77%)	9 (4,45%)	2,9	1,02
7. Pravilna komunikacija EU-a sa širom javnošću može umanjiti privid demokratskog deficita Unije.	1 (0,49%)	11 (5,46%)	74 (36,63%)	86 (42,57%)	30 (14,85%)	3,7	0,81

Veliki broj ispitanika nema stav o tvrdnjama koje se odnose na izvještavanje medija o aktualnim europskim temama, način komunikacije institucija EU-a s građanima te povezanost načina komunikacije s demokratskim deficitom Unije. Temi ovog rada ne pridaje se osobita pozornost izvan akademske zajednice ili kruga stručnjaka. Stoga većina ispitanika nema određeno mišljenje o ovim tvrdnjama (Milas 2005: 454). To se može objasniti i nezainteresiranošću mladih za ovu temu, a moguće je i da ispitanici nemaju dovoljno znanja o problematici Europske unije kojom se bavi ovaj rad. Zbog toga ova tema nije nužno osobito zanimljiva široj javnosti (Jerit 2009: 443). Time se može smatrati potvrđenom tvrdnja kako su mladi nezainteresirani za aktualna politička pitanja (Ilišin u: Popović, Grmuša i Popović 2013: 123–124).

McCormick ističe istraživanje Eurobarometra iz 2011. godine koje je pokazalo kako je prema mišljenju četvrtine ispitanika Unija zastarjela i tehnokratska te kako nije demokratska. No, najzanimljiviji je zaključak, koji ujedno potvrđuje rezultate našeg istraživanja, a to je kako većina europskih građana ne razumije politički sustav Europske unije. Naime, mali broj građana ima stav o aktualnim političkim pitanjima

i informiran je o trenutnim političkim problemima. Međutim, oni nastavljaju podupirati političke sisteme kojima pripadaju (McCormick 2015: 71–73).

ZAKLJUČAK

Demokratski deficit Europske unije fenomen je o kojem se raspravlja već niz godina. Neki autori smatraju kako je to problem na koji se treba osvrnuti i pružiti rješenje (Butković 2012: 45–48). Drugi pak smatraju kako Europska unija utemeljena na demokraciji ne može ni postojati zbog toga što ne postoji ni europski demos (Hoffmann 2005: 7). Literatura nudi niz tumačenja fenomena demokratskog deficita Europske unije, kao i njegovog izvora. Od 1970-ih, kada se demokratski deficit Unije prvi put spominje u literaturi, Europska unija je unijela niz promjena u svoju unutarnju strukturu s ciljem demokratizacije svog djelovanja. No, neki autori i dalje smatraju kako Europska unija pati od komunikacijskog deficita (Spanier 2010: 6–7). Točnije, građani su i dalje u maloj mjeri involvirani u procese donošenja odluka na europskoj razini (Ward 2001: 77). Također, neke studije pokazuju kako su građani bez obzira na sve veću ulogu EU-a u unutarnjoj i vanjskoj europskoj politici i dalje indiferentni spram europskih pitanja (Spanier 2010: 4).

Većina ispitanika u našem istraživanju smatra se nedovoljno informiranima o europskim pitanjima. Prilikom pretraživanja traženih informacija većina naginje društvenim mrežama i službenim mrežnim stranicama institucija EU-a. Time je pokazano kako se mladi polako okreću od tradicionalnih medija kao primarnog izvora informacija prema internetu i novim načinima komunikacije koji se razvijaju s njime. Većina ispitanika nema izraženo mišljenje spram postavljenih tvrdnji o načinu komunikacije europskih pitanja u medijima kao i načinu komunikacije Unije s građanima. Jedina tvrdnja s kojom se većina ispitanika složila jest kako bi bolja komunikacija Unije s građanima o njezinim svakodnevnim aktivnostima umanjila privid njenog demokratskog deficita.

LITERATURA

- Baisnée, Olivier. 2007. The European Public Sphere Does Not Exist (At Least It's Worth Wondering...). *European Journal of Communication* 22(4): 493–505.
- Bauman, Zygmunt. 2009. *Fluidni život*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
- Bee, Cristiano. 2010. Understanding the EU's Institutional Communication: Principles and Structure of a Contested Policy. U: *Mapping the European Public Sphere: Institutions, Media and Civil Society*, ur. Cristiano Bee i Emanuela Bozzini. Routledge. Str. 83–98.

- Bee, Cristiano i Emanuela Bozzini. 2010. Introduction. U: *Mapping the European Public Sphere: Institutions, Media and Civil Society*, ur. Cristiano Bee i Emanuela Bozzini. Routledge. Str. 1–14.
- Blanuša, Nebojša i Ivan Šiber. 2007. Mladi i Europa: strahovi i nade. *Anali Hrvatskog politološkog društva* 4(1): 119–141.
- Butković, Hrvoje. 2012. Demokratski deficit Europske unije i modeli za njegovo prevladavanje. U: Grubiša Damir i dr. (ur:) *Politički sustav Europske unije i europeizacija hrvatske politike: 43–54.*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.
- Brakus, Aleksandra. 2015. Mediji i marketing. *In medias res* 4(7): 1096–1103.
- Brüggemann, Michael. 2009. Becoming Pan-European? *International Communication Gazette* 71(8): 693–712.
- Cipek, Tihomir. 2007. Institucionalni dizajn i demokratski deficit Europske unije. *Društvena istraživanja* 16(4–5): 851–568.
- Čepo, Dario. 2011. Demokratski deficit Europske Unije. *Političke analize* 2(5): 58–59.
- Dearing, James W. i Rogers, Everett M. 1996. *Agenda-Setting*. SAGE.
- De Clercq, Willy. 1993. Reflection on Information and Communication Policy of the European Community. Report by the group of experts chaired by Mr Willy De Clercq. http://aei.pitt.edu/29870/1/DE_CLERCQ_REPORT_INFO_COMM_POLICY.pdf (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Desmet, P., Joost van Spanje i Claes de Vreese. 2015. Discussing the Democratic Deficit: Effects of Media and Interpersonal Communication on Satisfaction with Democracy in the European Union. *International Journal of Communication* 9: 3177–1198.
- d’Haenens, Leen. 2005. Euro-Vision: The Portrayal of Europe in the Quality Press. *International Communication Gazette* 67(5): 419–440.
- Dijalozi s građanima. Europska komisija. https://ec.europa.eu/info/about-european-commission/get-involved/citizens-dialogues_hr (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Europe by Satellite. Audiovisual Services. European Commission. <https://ec.europa.eu/avservices/about/activities.cfm?sitelang=en> (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Fischer, Miljenka. 1993. Povijesno nasljeđe kao faktor zajedništva zemalja Srednjoistočne Europe. *Radovi Instituta za povijest umjetnosti* 1(17): 44–47.
- Gleissner, Martin i Claes de Vreese. 2005. News about the EU Constitution: Journalistic challenges and media portrayal of the European Union Constitution. *Journalism* 6(2): 221–242.
- Grgić, Danijel. 2017. *Multikulturalni stavovi i socijalna distanca studenata Sveučilišta u Zadru prema manjinama*. Diplomski rad. Odjel za sociologiju Sveučilišta u Zadru.
- Grmuša, Tanja. 2016. *Analiza medijskog izvještavanja u hrvatskim dnevnim novinama na primjeru kampanje za izbore za Europski parlament 2014*. Doktorski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

- Hajdinjak, Tina. 2014. *Komunikacijske politike Evropske unije in naslavljanje evropske javne sfere*. Magistrski rad. Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani.
- Heikkila, H. (2007) Beyond 'In so far as' Questions: Contingent Social Imagineries of the European Public Sphere. *European Journal of Communication* 22(4): 427–441.
- Hoffmann, Julia. 2005. Re-thinking Democratic Legitimacy: Communication Rights and Deliberation in a European Public Sphere. University of Amsterdam. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.99.6899&rep=rep1&type=pdf> (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Ivanković, Monija. 2012. Daily Newspapers and Public Opinion on the EU and Croatian Integration Process – An Agenda Setting Perspective. *Medijske studije* 3(5): 19–32.
- Iyengar, Shanto i Donald R. Kinder. 1987. *News That Matter: Television and American Opinion*. University of Chicago Press.
- Javno mnijenje u Europskoj Uniji: Nacionalni izvještaj Hrvatska, jesen 2017. Standardni Eurobarometar 88.
- Jerit, Jennifer. 2009. Understanding the Knowledge Gap: The Role of Experts and Journalist. *The Journal of Politics* 71(2): 442–456.
- Juncker, Jean-Claude. 2017. Govor o stanju Unije 2017. Europska komisija. <https://publications.europa.eu/hr/publication-detail/-/publication/9c03bbc3-982d-11e7-b92d-01aa75ed71a1/language-hr/format-PDF/source-43605408> (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Klasifikacija znanstvenih i umjetničkih područja i polja. Državni zavod za statistiku. <https://www.dzs.hr/hrv/important/Obrasci/08-Obrazovanje/Obrasci/Klasifikacija%20podrucja%20znanosti.pdf> (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Komunikacija. Europska komisija. https://ec.europa.eu/info/departments/communication_hr (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Kunczik, Mihael i Astrid Zipfel. 2006. *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friderich Ebert.
- Maier, Jurgen i Berthold Rittberger. 2008. Shifting Europe's Boundaries: Mass Media, Public Opinion and the Enlargement of the EU. *European Union Politics* 9(2): 243–267.
- McCormick, John. 2015. *Zašto je Europa važna: argumenti za Europsku uniju*. Zagreb: Mate.
- Media use in the European Union*. Standard Eurobarometer 88. Autumn 2017.
- Michailidou, Asimina. 2008. Democracy and New Media in the European Union: Communication or Participation Deficit? *Journal of Contemporary European Research* 4(4): 346–368.
- Milas, Goran. 2005. *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Popović, Goran, Tanja Grmuša i Maša Popović. 2013. Informiranost studenata o Europskoj uniji i završetku hrvatskih pristupnih pregovora. *Informatologija* 46(2): 122–138.

- Rumford, Chris. 2007. Introduction. U: *Cosmopolitanism and Europe*, ur. C. Rumford. Liverpool University Press.
- Službeni list Europske unije. EUR-Lex. <https://eur-lex.europa.eu/oj/direct-access.html?locale=hr> (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Smith, Andy. 2007. European Commissioners and the prospects of a European public sphere: information, representation and legitimacy. U: *The European Union and the Public Sphere: A Communicative Space in the Making?*, ur. John Erik Fossum i Philip Schlesinger. London: Routledge. sr. 227–244.
- Spanier, Bernd. 2010. *The Communication Deficit of the European Union revisited. Structures, Key Players and the New Communication Policy*. University of Zurich, Faculty of Arts. http://www.zora.uzh.ch/id/eprint/77676/1/DISS_Bernd_Spanier_Publication.pdf (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Statham, Paul. 2010. Media Performance and Europe's 'Communication Deficit': A Study of Journalist's Perceptions. U: *Mapping the European Public Sphere: Institutions, Media and Civil Society*, ur. Cristiano Bee i Emanuela Bozzini. Routledge. Str. 117–140.
- Strategic Plan 2016 - 2020. DG Communication. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/strategic-plan-2016-2020-dg-comm_april2016_en.pdf (pristupljeno 15. rujna 2018.).
- Ward, David. 2001. The Democratic Deficit and European Union Communication Policy – An Evaluation of the Commission's Approach to the Broadcasting. *Javnost / The Public* 8(1): 75–94.
- Ward, David. 2004. *The European Union Democratic Deficit and the Public Sphere: An Evaluation of EU Media Policy*. Amsterdam: IOS Press.

COMMUNICATION DEFICIT OF THE EUROPEAN UNION: ATTITUDE AND PRACTICE ANALYSIS OF STUDENTS OF UNIVERSITY OF ZAGREB AND UNIVERSITY OF LJUBLJANA

Emanuela Međan

SUMMARY

This paper examines informing habits of youth, that is regular students of University of Zagreb and University of Ljubljana, on issues of the European Union. Namely, it examines how they inform themselves on the EU issues as well as how informed do they consider themselves to be. Furthermore, this research examines attitudes of youth towards reporting EU issues in the media as well as ways of communication between EU and its citizens. Used data was gathered through an online questionnaire. In total, 202 students participated in this research (100 students from University of Zagreb and 102 students from University of Ljubljana). Data analysis shows that students mostly feel ill-informed on the EU issues. They mostly use online sources of information when informing on mentioned issues, that is social networks and official websites of the EU institutions. Most of the respondents do not have an opinion on how are the EU issues reported in the media and how well does the EU communicate with its citizens. On the other hand, almost half of the respondents feel that better communication between EU and its citizens would reduce the appearance of EU's democratic deficit.

Keywords: European Union, democratic deficit, communication deficit, public relations, media.

